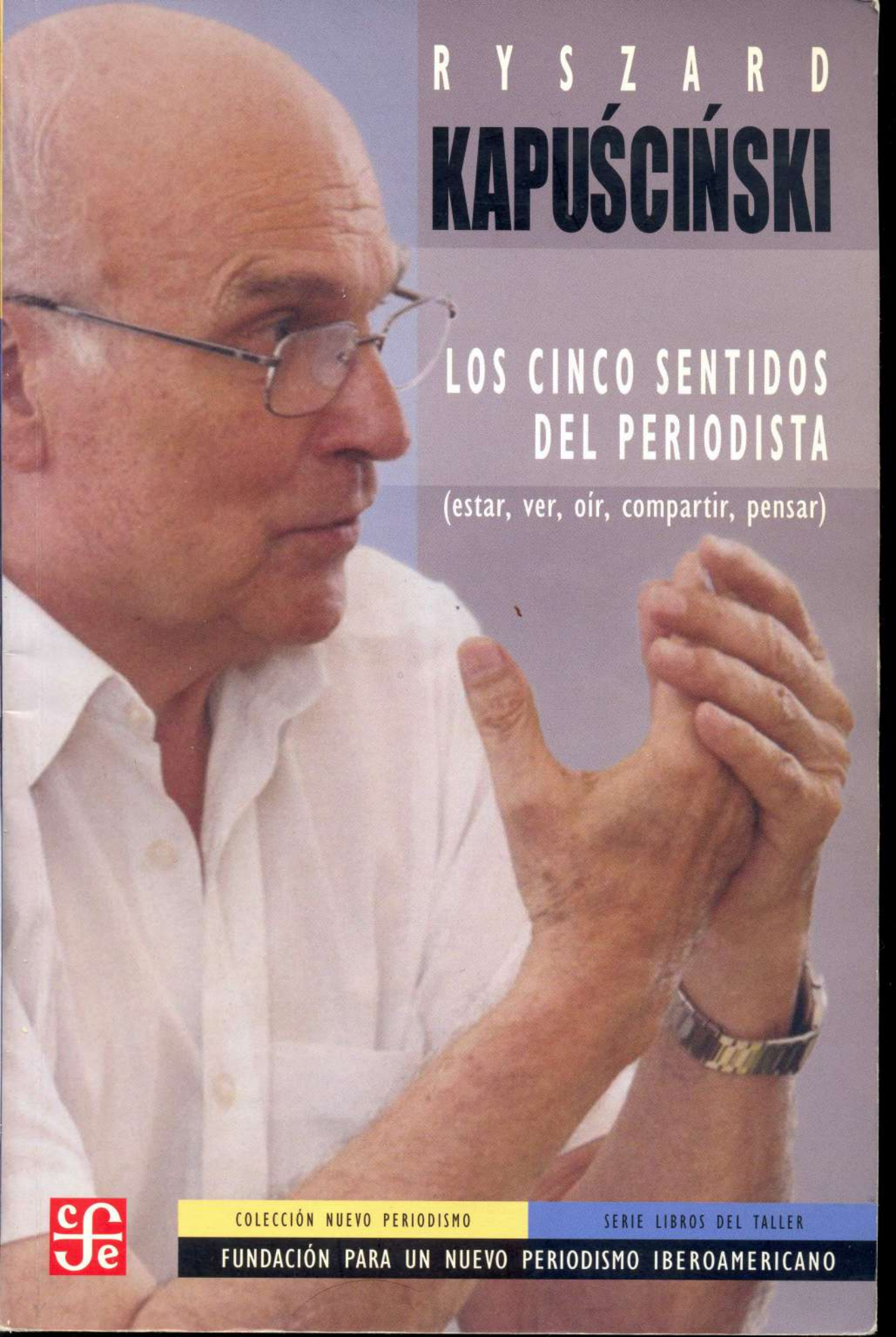


RYSZARD KAPUŚCIŃSKI

LOS CINCO SENTIDOS DEL PERIODISTA

(estar, ver, oír, compartir, pensar)

COLECCIÓN NUEVO PERIODISMO
SERIE LIBROS DEL TALLER
FUNDACIÓN PARA UN NUEVO PERIODISMO IBEROAMERICANO

PRÓLOGO

En noviembre de 1994 Gabriel García Márquez convocó a un grupo de amigos en Cartagena de Indias y les habló de la pobreza que aquejaba al periodismo latinoamericano. "Cuando empecé en ese oficio —dijo— tuve grandes maestros que no me perdonaban un adjetivo fuera de lugar. Los jóvenes de ahora escriben a la buena de Dios. Nadie tiene tiempo para enseñarles."

Así nacieron la idea de la Fundación para un Nuevo Periodismo y la idea de sus talleres, que nueve años después suman centenares. Las lecciones de los maestros de la Fundación quedaron en la memoria y en las notas de los jóvenes que asistieron a esos cursos, y se transfiguraron en algunos de los mejores textos que han aparecido después en los periódicos del continente. Los talleres seguían siendo, sin embargo, infinitas riquezas abandonadas en los cementerios de las grabadoras, de los videos o de las relatorías más o menos fieles que los reflejaban.

Un año atrás, advertimos que la misión inicial de la Fundación podía irradiarse a través de libros que estuvieran al alcance de los periodistas que no habían asistido a los talleres y de los lectores comunes interesados en la compleja trama de talento, riesgo, investigación y conciencia que se mueve detrás de la escritura de la noticia más simple. El plan de una colección de libros avanzó hasta convertirse en cuatro series: los Libros del Taller, los Ensayos, las Antologías y los Diálogos, que irán apareciendo a razón de cuatro a cinco por año, gracias a la hospitalidad y a la comunidad de intereses intelectuales que unen a la Fundación con el Fondo de Cultura Económica.

En este primer volumen de los Libros del Taller, de distribución gratuita, uno de los más grandes periodistas del último medio siglo, Ryszard Kapuściński, concentra en pocas páginas la sabiduría de un oficio que en él se confunde con la propia vida. Esas mismas razones y pasiones serán el sello común —estamos seguros— de todos los libros de la colección.

TOMÁS ELOY MARTÍNEZ, *septiembre de 2003.*

INTRODUCCIÓN

RETRATO DE UN ENCUENTRO

ÓSCAR ESCAMILLA

Conocí a Ryszard Kapuściński en octubre de 2002. Lo vi aparecer en el lobby de un lujoso hotel en el centro de Buenos Aires cuando salió del ascensor. Llevaba puesta una camiseta azul clara de manga corta, pantalones de dril de un azul tan profundo que casi eran grises y unos zapatos negros de amarrar de diseño colegial. Caminó hacia los que estábamos en la salita de espera y nos saludó con afecto de amigos de toda la vida.

Tenía la inquietud de ver cómo era físicamente Kapuściński, pues como muchos lectores también había moldeado a voluntad la imagen y personalidad de uno de mis escritores preferidos. Para entonces ya había leído los únicos libros suyos traducidos al español, de los 21 que ha publicado: *El Emperador*, *El Imperio*, *La guerra del futbol*, *El sha*, *Ébano* y uno más, que recoge charlas que dio en Italia, titulado *Los cínicos no sirven para este oficio*. De tal manera, la imagen que tenía de Kapuściński se remitía a las fotos de las contraportadas de sus libros, a su escritura y a esa manera suya de ver el mundo. Pero ahora que lo tenía enfrente notaba que estaba más viejo que en aquellas fotos y que en sus ojos grises había una expresión particular.

Era una mirada cambiante, casi camaleónica. A veces la fijaba en su interlocutor mientras lo examinaba de arriba abajo y de abajo arriba, como si se tratara de la requisa de un experto en seguridad aeroportuaria; luego detenía sus pupilas en las del otro y prestaba atención a lo que éste decía. Si en la charla surgía una historia fascinante, la mirada de Kapuściński se volvía de niño y le centellaba de puro asombro.

Por instantes apartaba los ojos de quien estaba hablando y, sin perder el paso de la conversación, los clavaba en cualquier otro. Entonces bajaba la cabeza, levantaba las cejas y observaba por encima de sus lentes para decir, sin decirlo: "¿Entiendes lo que dice? Cierto que es interesante". Luego sonreía.

Había momentos en que concentraba su mirada en una escena con tal fuerza que parecía que con ella podía traspasar la puerta metálica de

una bóveda para saber qué había adentro. Y en otras ocasiones, como ocurrió al final del taller, sus ojos podían reflejar los fuegos artificiales de su interior cuando lo sorprendían con una pregunta o con un acto que removía sus sentimientos.

Pero no me fijé sólo en sus ojos: también en sus pequeños pies. Y no fui el único. Alguien me diría después que no había imaginado que un hombre cuya vida transcurrió en su mayor parte caminando el mundo tuviera unos pies tan pequeños.

Me costó trabajo figurar a ese hombre blanco avanzando con esos pequeños pies hacia la fila de niños negros que recogían agua en el extremo de un barrio miserable en Lagos. O recientemente llegado al aeropuerto y camino al centro de Vorkutá, en Rusia, bamboleándose en un autobús atestado de personas tan envueltas en abrigos de piel, para protegerse del frío, que parecían capullos meciéndose apretujados que de vez en cuando lo pisaban.

A diferencia de la mayoría de sus lectores, tuve yo la oportunidad de ampliar mi visión del escritor, y nunca dejó de sorprenderme. Recuerdo que el día que lo conocí en el lobby del hotel, tras el saludo Kapuściński regresó a su cuarto a ponerse una gorra de beisbolista color caqui y unos lentes oscuros que ajustó en la parte superior de sus gafas. Con ese atuendo se integró al grupo que iba a ver un partido de futbol en la cancha del Boca Juniors, la Bombonera. Al regresar alguien le dijo que en Buenos Aires secuestraban mucho, "¡pero mucho!", según contaban los despachos noticiosos de agencias de prensa y las notas de televisión que había visto. Cuando la persona dejó de quejarse de la inseguridad argentina, Kapuściński la tomó por el antebrazo y giró hasta que ambos quedaron frente a una ventana por la que se veía la calle. A continuación el maestro levantó la mano derecha y, juntando los dedos, dibujó el marco: "Seguramente —dijo— si uno se queda mirando un buen rato por esa ventana verá los secuestros que usted dice... Si ve alguno, no dude en denunciarlo".

Ésta sería la primera de una serie de lecciones que nos daría el maestro a lo largo del taller para reporteros de América Latina, motivo por el cual estábamos en Buenos Aires. Las siguientes las distribuyó en raciones para cada uno de los 16 periodistas, los cuatro oyentes y los invitados que nos reunimos la segunda semana de octubre con él.

En los cinco días el maestro habló de la globalización, de los orígenes del Nuevo Periodismo, de las formas mestizas de relatar donde todos

los géneros parecen mezclarse, de su método de trabajo en la construcción de *El Emperador*, de la dignidad del reportero, del respeto por el otro que decide abrir la puerta de su casa para contarnos su vida y del doble taller. Respondió a las preguntas que le hicimos y atendió con interés los relatos de cada participante sobre cómo hizo el texto que presentó en el taller. En los almuerzos nos contó historias y escuchó las nuestras, y nos dio una buena cantidad de títulos de libros para leer.

Se despidió de nosotros con lágrimas en los ojos un viernes caluroso después de que todos le escribiéramos mensajes y le firmásemos la camisa blanca que llevaba puesta. Tras una corta intervención para hablar del periodismo local, cerró el taller diciendo con voz entrecortada: "Espero que nos encontremos en futuras ocasiones. ¡Muchas gracias!" Los que estábamos allí nos levantamos de nuestros asientos y lo aplaudimos por largo rato, algunos llorando emocionados, y él apenas nos miró con ojos de niño sorprendido al que le acaban de dar un regalo que no esperaba.

El texto que sigue recoge los conceptos que Kapuściński ofreció en el taller que dictó entre el 7 y el 11 de octubre de 2002, en Buenos Aires, Argentina, organizado por la Fundación para un Nuevo Periodismo Iberoamericano (FNPI), el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y la Fundación Proa. A ese material se agregaron intervenciones del gran maestro en otro taller, realizado en la sede de la FNPI en Cartagena de Indias, Colombia, con el apoyo del BID, en octubre de 2000, y en una conferencia que dictó el 8 de marzo de 2001 en la Universidad Iberoamericana de México.

PARTE I

EL OFICIO

LOS PERIODISTAS Y LOS TRABAJADORES DE LOS MEDIOS

Hace 50 años este oficio se veía muy diferente a como se percibe hoy. Se trataba de una profesión de alto respeto y dignidad, que jugaba un papel intelectual y político. La ejercía un grupo reducido de personas que obtenían el reconocimiento de sus sociedades. Un periodista era una persona de importancia, admirada. Cuando andaba por la calle, todos lo saludaban.

Algunos de los mayores políticos del mundo contemporáneo empezaron su carrera como periodistas y siempre se sintieron orgullosos de ello. El británico Winston Churchill trabajó como corresponsal en África antes de convertirse en uno de los grandes estadistas del siglo XX; lo mismo sucedió a algunos escritores como Ernest Hemingway, por ejemplo. Estos grandes hombres siempre reconocieron que sus carreras comenzaron en el periodismo, y nunca dejaron de sentirse periodistas. Pero eso cambió en los últimos 20 años, a partir de una tremenda transformación en las prácticas de este oficio.

El periodismo escrito contemporáneo representa apenas una reducida porción del gran mundo de los medios. En ese campo, que además se halla en perpetua expansión, nosotros, los periodistas gráficos, ocupamos escaso lugar. Cada día es mayor el número de quienes se emplean en la televisión, especialmente entre los medios audiovisuales. A ellos se les aplica la denominación de *media worker*, ya que eso son trabajadores de los medios masivos.

A diferencia de aquel periodista de hace 50 años, este trabajador de hoy es una persona anónima. Nadie lo conoce, nadie sabe quién es. Eso se debe al cambio más importante que sucedió en sus rutinas de trabajo: el producto final que crea un trabajador de los medios masivos no es de su autoría sino que constituye el resultado de una cadena de gente como él que participó en la construcción de una noticia. Cada noticia que se emi-

dios condensan en un minuto: se trata de un problema que seguiremos sufriendo mientras las noticias muevan tanto dinero, estén influidas por el capital y compitan como productos de los dueños de los medios.

NOSOTROS JUNTO A LOS OTROS

Sin embargo, nada más alejado del sentido básico del periodismo. Lo que nosotros hacemos no es un producto, ni tampoco una expresión del talento individual del reportero. Tenemos que entender que se trata de una obra colectiva en la que participan las personas de quienes obtuvimos las informaciones y opiniones con las que realizamos nuestro trabajo. Por supuesto que un periodista debe tener cualidades propias, pero su tarea va a depender de los otros: aquel que no sabe compartir, difícilmente puede dedicarse a esta profesión.

El periodismo, en mi opinión, se encuentra entre las profesiones más gregarias que existen, porque sin los otros no podemos hacer nada. Sin la ayuda, la participación, la opinión y el pensamiento de otros, no existimos. La condición fundamental de este oficio es el entendimiento con el otro: hacemos, y somos, aquello que los otros nos permiten. Ninguna sociedad moderna puede existir sin periodistas, pero los periodistas no podemos existir sin la sociedad.

De allí se deriva que una condición fundamental para ejercer este oficio consiste en ser capaz de funcionar en conjunto con los otros. En la mayor parte de los casos nos convertimos en esclavos de situaciones donde perdemos autonomía, donde dependemos de que otro nos lleve a un lugar apartado, de que otro decida hablarnos acerca de aquello que estamos investigando. Un periodista no puede ubicarse por encima de aquellos con quienes va a trabajar: al contrario, debe ser un par, uno más, alguien como esos otros, para poder acercarse, comprender y luego expresar sus expectativas y esperanzas.

El mejor camino para obtener información pasa por la amistad, decididamente. Un periodista no puede hacer nada solo, y si el otro es la única fuente del material en que luego habrá de trabajar, es imprescindible saber ponerse en contacto con ese otro, conseguir su confianza, lograr cierta

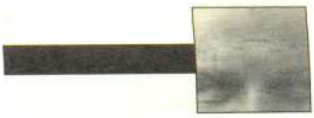
empatía con él. Durante mi experiencia profesional tuve muchos amigos que carecían de esta disposición de hacer amigos entre la gente, y tuvieron que dejar el periodismo porque no pudieron hacer mucho.

Esta característica viene acompañada por uno de los misterios de nuestro oficio: qué pasa cuando el otro tiene una visión sesgada de los hechos, o intenta manipularnos con su opinión. Para prevenir esto no existe receta alguna, porque todo depende de las situaciones, que es como decir de un montón de cosas. La única medida que se puede tomar, si tenemos el tiempo, consiste en juntar la mayor cantidad de opiniones, para que podamos equilibrar y hacer una selección.

Por último, conviene tener presente que trabajamos con la materia más delicada de este mundo: la gente. Con nuestras palabras, con lo que escribimos sobre ellos, podemos destruirles la vida. Nuestra profesión nos lleva por un día, o acaso por cinco horas, a un lugar que después de trabajar dejamos. Seguramente nosotros nunca regresaremos allí, pero la gente que nos ayudó se quedará, y sus vecinos leerán lo que hemos escrito sobre ellos. Si lo que escribimos pone en peligro a esas personas, tal vez ya no puedan vivir más en su lugar, y quién sabe si habrá otro sitio adonde puedan ir.

Por eso escribir periodismo es una actividad sumamente delicada. Hay que medir las palabras que usamos, porque cada una puede ser interpretada de manera viciosa por los enemigos de esa gente. Desde este punto de vista nuestro criterio ético debe basarse en el respeto a la integridad y la imagen del otro. Porque, insisto, nosotros nos vamos y nunca más regresamos, pero lo que escribimos sobre las personas se queda con ellas por el resto de su vida. Nuestras palabras pueden destruirlos. Y en general se trata de gente que carece de recursos para defenderse, que no puede hacer nada.

LA FORMACIÓN DEL CAZADOR FURTIVO



Junto a esa sensibilidad es valioso mantener una actitud humilde sobre lo que hacemos porque en esta profesión la experiencia no se acumula. A diferencia de otras actividades, donde en ocasiones es posible afirmar que alguien ha conseguido mucho, en el periodismo nunca sabemos en realidad

qué hacer, cómo actuar, cómo escribir. En cada artículo, cada reportaje, cada crónica, siempre estaremos empezando de nuevo, desde cero. Ni siquiera los libros que escribimos escapan a esta regla: ninguno nos va a servir mucho para el que sigue. Siempre estaremos al principio, nunca podremos estar contentos.

En esta profesión los estudios nunca se acaban. En medicina, en ingeniería o en administración se puede decir que, en algún punto, las carreras terminan; en periodismo esto no es así porque este oficio se ocupa de nuevos datos, nuevos hechos y nuevos problemas. Mientras el mundo progresa y se mueve, nosotros estamos dentro de esos cambios porque la sociedad espera que lleguemos a ella para que contemos qué está pasando, para que interpretemos qué quiere decir la novedad. Eso nos impone la obligación de estudiar, permanentemente y de todo. El periodista es un cazador furtivo en todas las ramas de las ciencias humanas.

Antropología, sociología, ciencias políticas, psicología, literatura... Debemos estudiar cualquier disciplina que necesitemos, porque nuestra profesión es transparente: todos ven cómo escribimos, es decir, cómo estudiamos, cómo investigamos, cómo reflexionamos. Y el lector vota cada día sobre nuestra suerte profesional. No cada cuatro o seis años, como les sucede a los presidentes, sino cada día.

El lector es una persona activa, con sus opiniones y sus preferencias, que compra el periódico y pierde su tiempo leyéndonos porque confía en que allí va a encontrar respuestas a sus preguntas. Si no las halla dejará de leer el periódico o al periodista; pero si las encuentra quedará muy agradecido y con el tiempo empezará a reconocer nuestros nombres. De ese modo construimos nuestra posición en este oficio.

LOS CONTEXTOS DE NUESTROS TEXTOS

Pero no sólo los periodistas dependemos de los otros para escribir y para que nos lean: también el texto periodístico depende, como ningún otro, de su contexto. El texto periodístico funciona en su pleno valor en determinada ubicación y en determinado momento; en otros pierde muchos de sus valores automáticamente.

En primer lugar existe el contexto de la revista o el periódico para los cuales fue escrito. Cada medio tiene sus principios y filosofías; también tiene características formales que permiten que ese texto periodístico se comprenda mejor a la luz de un editorial o de otros textos que expliquen antecedentes, informaciones complementarias o interpretaciones que quedaron fuera, ya que no es posible decirlo todo en un artículo.

En segundo lugar cuenta el tiempo: los textos escritos hace tres, cuatro o cinco meses no tienen el mismo valor que el de ayer. Eso es irremediable. Por eso varios escritores y periodistas tratan de salvar sus escritos de esa extinción publicando libros, un soporte que da a los textos la posibilidad de evitar la matanza del tiempo.

También los lectores constituyen el contexto de un texto periodístico. Al escribir nos preguntamos a quién dirigimos un artículo. Si el lector de un texto sobre el presidente Hugo Chávez es un venezolano, sería una estupidez llenarlo de detalles que seguramente conoce. Para quienes vivimos en otros países, al contrario, esos detalles son indispensables si queremos discutir sobre el artículo.

Por último, un artículo se inscribe en el conjunto de los textos que produce su autor. No podemos decir mucho de un periodista por un único texto. Hay que relativizar la crítica, porque un texto es una muestra limitada, pequeña, de un periodista.

PARTE II

LOS MEDIOS

DE LO VERDADERO A LO INTERESANTE

Nuestro oficio comenzó a cambiar como consecuencia de la revolución tecnológica que permitió transmitir la noticia de manera fácil e inmediata. Los canales electrónicos hicieron posible que las noticias viajaran rápidamente y sin problema de un lugar a otro del mundo, en una transformación radical: décadas atrás, lograr que en el periodismo la noticia llegara a su destino final era en sí el tema para una crónica. Egon Erwin Kisch, corresponsal checo-alemán de principios del siglo XX, un clásico de nuestra profesión en el ámbito mundial, escribió en sus memorias que el trabajo de enviar la noticia en ocasiones resultaba más fascinante que el reportaje mismo. Con la revolución tecnológica este tema dejó de existir.

Pero hay una segunda razón para el cambio de nuestro oficio, acaso la más importante: que la noticia se convirtió en un buen negocio. Este acontecimiento tiene suma importancia, ya que al descubrimiento del enorme valor económico de la noticia se debe la llegada del gran capital a los medios de comunicación. Normalmente el periodismo se hacía por ambición o por ideales, pero de repente se advirtió que la noticia era negocio, que permitía ganar dinero pronto y en grandes cantidades. Eso cambió totalmente nuestro ambiente de trabajo.

Cuando el gran capital llegó a nuestra profesión configuró redes de comunicación masiva que dividieron el campo de la noticia en dos sectores desiguales: los grandes multimedia y los pequeños medios marginados. La dirección de esos grandes multimedia quedó en manos de personas que no venían del periodismo ni se interesaban en esta profesión, sino que la veían como una mera herramienta, un instrumento para obtener ganancias altas y rápidas. Por eso los reporteros carecen de un lenguaje común con las cabezas de los medios, administradores de negocios que ni siquiera dominan el vocabulario del oficio.

Eso creó una brecha entre los dueños y gerentes de los medios y nosotros, los periodistas, porque ellos persiguen otros intereses y objetivos.

Hoy, al cronista que llega de hacer una cobertura su jefe no le pregunta si la noticia que trae es verdadera, sino si es interesante y si la puede vender. Éste es el cambio más profundo en el mundo de los medios: el remplazo de una ética por otra.

Nuestra profesión siempre se basó en la búsqueda de la verdad: el valor de la noticia o del texto era dar cuenta de la verdad. Muchas veces la información funcionó como un arma en la lucha política, por la influencia y por el poder. Pero hoy, tras el ingreso del gran capital a los medios masivos, ese valor fue remplazado por la búsqueda de lo interesante o lo que se puede vender. Por verdadera que sea una información, carecerá de valor si no está en condiciones de interesar a un público que, por otro lado, es crecientemente caprichoso.

Así se ha trivializado el valor de la palabra. El problema actual de la comunicación no es que se escamotee la verdad sino que la palabra ya no tiene el peso de antes. En la época comunista la prensa soviética tenía cuatro páginas, y si en ellas aparecía algún artículo crítico, alguien iba a un campo de concentración. Cada palabra tenía valor de vida o muerte. Ahora se puede escribir sobre cualquier cosa y, en un contexto de sobreabundancia y entretenimiento, a nadie le importa. En Polonia la prensa escribe que un ministro es un mentiroso y nada pasa, el ministro sigue haciendo lo que quiere, firme en su puesto.

UNA OCUPACIÓN CUALQUIERA

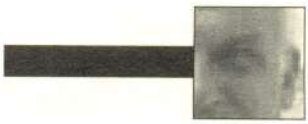
Ahora que la información es una mercancía bajo las leyes del mercado, es decir, destinada a obtener una rentabilidad máxima y apuntar al monopolio, los antiguos héroes del periodismo han sido remplazados, en buena medida, por un nutrido número de esos anónimos trabajadores de los medios que ya mencionamos. Hoy el soldado de nuestro oficio no investiga en busca de la verdad, sino con el fin de hallar acontecimientos sensacionales que puedan aparecer entre los títulos principales de su medio.

Recuerdo la primera conferencia de jefes de Estado de África, celebrada en 1963. Llegaron periodistas del mundo entero para cubrirla: nos reunimos unos 200 enviados especiales y corresponsales de los grandes

diarios, agencias de prensa y cadenas de radio. También había varios realizadores de crónicas cinematográficas, pero no recuerdo equipos de televisión. Había auténticos maestros de la pluma, expertos en los problemas de determinados países. Hoy tengo la impresión de que aquella gran reunión de reporteros del mundo fue el cierre de una época en la que el periodismo se vivía como una noble vocación a la que las personas se entregan plenamente y para toda la vida.

Hoy miles y miles de personas recopilan y hacen circular informaciones, y también se han multiplicado las escuelas de periodismo que año tras año lanzan a nuevos ejecutores de esas tareas. Sin embargo, el periodismo ha dejado de ser una misión y muchas de las personas que trabajan en los medios lo consideran una ocupación como cualquiera otra, que bien pueden abandonar para ingresar a una agencia de publicidad o ser corredor de bolsa.

LAS OFICINAS DEL PODER



Con los hombres de negocios en el lugar de los románticos buscadores de la verdad que antes dirigían los medios, algunos cambios se hicieron visibles a los ojos de quienes conocían desde antes las redacciones de los diarios o los estudios de la radio y la televisión.

En el pasado los medios se instalaban en edificios de segunda categoría y disponían de espacios estrechos y mal acondicionados donde se afanaban los periodistas, casi siempre mal vestidos y sin dinero en el bolsillo. Hoy un canal de televisión perteneciente a las grandes cadenas ocupa suntuosos palacios llenos de mármoles y espejos, por cuyos silenciosos pasillos el visitante es conducido por deslumbrantes asistentes. En estos ámbitos se concentra el poder que antes ostentaban sólo los jefes de gobierno.

Actualmente el poder está en manos de quien posea un estudio de televisión, un diario, una radio. En el mundo contemporáneo, tener medios de comunicación significa tener poder. Por eso los que se sublevaron contra los regímenes antidemocráticos en Europa y Asia no trataron de tomar las sedes presidenciales o parlamentarias, sino que fueron directamente a conquistar los canales de televisión.

Esta enorme y creciente influencia de los medios, en particular electrónicos, se ha advertido mejor que en otro ámbito en el mundo político, que lucha por tener más presencia en el público general a través de los medios de comunicación. Las elecciones en los Estados Unidos constituyen un buen ejemplo de cómo los medios masivos influyen no sólo en la presentación sino en el manejo de la vida política. Allí se ve con claridad cómo los políticos se ajustan a las demandas de los medios de comunicación, y cómo esa influencia es un arma de doble filo: a veces les da buenos resultados, y a veces malos. Es una herramienta complicada.

LA HUMANIDAD Y LOS MEDIOS

Sin ignorar ese aspecto, quiero señalar que en las discusiones sobre el poder de los medios se dedica demasiada atención a cuestiones como las leyes de mercado o la audiencia, y muy poca a los aspectos humanos. No soy un teórico de los medios sino un periodista y escritor que desde hace 40 años elabora y consume información, y desde esa experiencia advierto un problema de proporciones. Creo que la afirmación —bastante generalizada— de que toda la humanidad vive pendiente de los medios es desmedida. Incluso cuando hay acontecimientos, como la inauguración de los Juegos Olímpicos, que llegan a 2 000 millones de personas, hay que admitir que esa cifra constituye una tercera parte de la población del planeta.

Otras transmisiones de la televisión sobre grandes acontecimientos pueden ser vistas por 10 o 20 por ciento de los habitantes de la Tierra: masas enormes de gente, evidentemente, pero por cierto no toda la humanidad. Hay cientos de millones de seres que viven totalmente aislados de los medios o que entran en contacto con ellos sólo cada muerte de obispo.

Me tocó vivir en muchos lugares de África donde no hay televisión, radio ni periódicos. Existen también grandes extensiones de Asia en las cuales la televisión funciona solamente dos o cuatro horas al día. En Mongolia, si bien hay emisoras, los televisores que tiene la gente son tan malos que no pueden recibir las señales de los programas. Y recuerdo que cuando Leonid Brezhnev gobernaba la URSS, en Siberia no se interferían los programas que emitían las radios occidentales: nadie los escuchaba por falta de receptores.

ténticamente importantes, las huelgas y manifestaciones en San Petersburgo, porque los enviados de los medios esperaban que algo ocurriese en Moscú, y no se movían aunque la calma era casi absoluta.

PEONES MANEJADOS A DISTANCIA

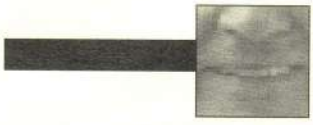
El desarrollo de las técnicas de comunicación —sobre todo la telefonía móvil y el correo electrónico— cambiaron radicalmente las relaciones entre los trabajadores de los medios y sus jefes. Antes el corresponsal de un diario, de una agencia de prensa o de una emisora disponía de gran libertad y podía desarrollar su iniciativa personal: él buscaba la información, la seleccionaba y la elaboraba. Actualmente, y cada vez en mayor proporción, esos enviados se han convertido en simples peones, cuyos jefes mueven a través del mundo desde una central que puede estar en el otro extremo del planeta.

Esos jefes, por su parte, disponen de informaciones mediadas por muchas fuentes, y pueden formarse una imagen de los acontecimientos muy distinta de la que tiene el reportero en el lugar. En el vértigo de la competencia por la noticia, el jefe no puede esperar pacientemente a que el reportero termine su labor: por eso le informa a distancia sobre el desarrollo de los acontecimientos que el enviado está viendo y lo único que espera recibir de él es la confirmación de la imagen que han construido en la oficina central. En definitiva, el tema que se cubre es remplazado por los problemas del mensajero. Lamentablemente, como se quejaba el canadiense Marshall McLuhan, el medio es el mensaje.

Cuando estuve en Ruanda, durante la matanza de 1994, noté que muchos periodistas, de tan conectados con su central por teléfonos y correo electrónico, no veían lo que pasaba en el lugar. Llamaban a sus jefes en Nueva York, Londres o Madrid, quienes les decían que necesitaban confirmar esta u otra noticia que les había llegado. Ya no eran reporteros: sólo seguían órdenes de unos jefes que ni siquiera sabían dónde quedaba Ruanda. Pero en mi experiencia los mejores reportajes se escriben cuando la oficina central ni siquiera sabe dónde está uno. Siempre traté de huir de esa gente que no conocía la realidad del lugar donde me encontraba.

De manera adicional, cuando los medios se cierran sobre sí mismos y remplazan el problema de la sustancia por el de la forma, sustituyen la filosofía por la técnica. Los debates se reducen a cómo editar, cómo relatar y cómo imprimir; se discute sobre técnicas de edición, sobre bases de datos y la capacidad de los discos duros. No se habla, sin embargo, del meollo de aquello que quieren editar e imprimir. Hace años, viviendo en México, me hice amigo del corresponsal de una cadena de televisión norteamericana. Una vez lo encontré filmando unos choques entre estudiantes y policías en la calle, y le pregunté qué estaba sucediendo. "No tengo la menor idea", me respondió sin dejar de filmar. "Yo solamente estoy rodando. Me limito a captar las imágenes, las envió a la central y ahí hacen lo que les parece con el material."

CUESTIÓN DE TIEMPO



Ése es un problema acuciante de nuestra profesión: a los periodistas se les da muy poco tiempo para juntar la información con que escribirán la noticia o la crónica. Si se quiere hacer las cosas bien, con la profundidad que requiere el ejercicio de esta profesión, hace falta contar con tiempo. No se puede mandar a un periodista a un lugar por un día y esperar que logre una visión real de las cosas. He ahí la lucha permanente entre los editores y los reporteros: unos consideran que es suficiente un día de investigación para producir un artículo; los otros sabemos que eso no es posible.

Como en toda tarea creativa —como para pintar un cuadro, filmar una película, componer una obra musical, escribir un libro— se necesita tiempo. La disponibilidad de tiempo nos permite hablar con más gente, leer más documentos, observar más, pensar más: trabajar en serio. Del otro lado, resolver las cosas en poco tiempo conduce a la superficialidad y la falsedad, desgraciadamente abundantes en nuestra profesión. A veces los lectores se preguntan: "¿Qué dice este tipo? ¿Cómo pudo escribir algo tan alejado de la realidad?" Y no hay manera de aclararles que la responsabilidad no recae en el reportero, sino que las condiciones en las que debió hacer su trabajo tienen la culpa de esos resultados.

El periodista se halla bajo la presión de jefes que le dicen que si no tiene material de portada, lo sacan. Yo estoy en contra de esa clase de prensa

sensacionalista, porque pasa por alto que un periodista es un ciudadano que, como cualquier otro, debe velar por el bien común. No debe movernos sólo la responsabilidad profesional, sino también la ciudadana que nos hace preguntarnos si lo que hacemos es bueno para nuestra comunidad, para nuestra nación.

Para peor, la práctica del periodismo es tan feudal que hay que esperar años y años, a conseguir cierta posición profesional, para darse el lujo de decir: "No cuenten conmigo para hacer semejante trabajo en un día". Esto sólo se lo puede permitir aquel periodista que ya tiene un nombre hecho; el periodista que está empezando, en cambio, no puede elegir adónde ir o sobre qué quiere escribir.

SIMPLIFICACIONES

Como consecuencia de esas rutinas de trabajo, la ignorancia de los enviados de los medios sobre los acontecimientos que han de describir y comentar a veces resulta chocante. Durante la huelga que se produjo en 1981 en Gdansk, Polonia, de la que nació el sindicato Solidaridad, la mitad de los periodistas que llegaron de todo el mundo para cubrir el hecho ni siquiera sabían en qué parte del globo se hallaban exactamente. Menos aún sabían sobre Ruanda los que cubrieron la tragedia de 1994: muchos se encontraban por primera vez en África y abundaban los que habían llegado a bordo de aviones de las Naciones Unidas, sin la menor idea de dónde se encontraban o las causas del conflicto. Pero la culpa no es de los reporteros, como bien me demostró un cámara del equipo de enviados que una gran red de televisión norteamericana mueve por el mundo. "¿Qué pueden exigir de mí —me dijo— si en una sola semana he filmado en cinco países de tres continentes?"

Lo cierto es que la tremenda centralización de la noticia redujo mucho nuestro conocimiento de este complicado mundo en el que vivimos. A pesar de su enorme diversidad, de la enorme cantidad de problemas y dramas que contiene, nuestro espectro se reduce a si va a haber guerra contra Irak o no va a haber guerra contra Irak. Tanto se empobreció nuestra manera de entender el mundo, que no sólo sabemos apenas una o dos cosas, sino que —lo peor de todo— las sabemos mal.

Hace un tiempo, invitado por la Universidad de Nueva York, viajé a los Estados Unidos para participar en una conferencia sobre globalización. Los norteamericanos presentes se preguntaban si iba a haber guerra contra Irak, discutían las posibilidades del conflicto. Pero ninguno sabía dónde queda Irak, quiénes son sus vecinos, cuánta gente vive allí, cuál es la composición étnica, cuáles son sus problemas, cuál es la capital. Nadie. Conocían el nombre: Irak. Cuando se les preguntaba algo del país mencionaban el Islam, al que se referían como una religión unida.

Si a esa gente se les preguntase cuál fue la más dura y terrible guerra de la segunda parte del siglo xx, darían diferentes respuestas. Ignoran que la más cruel y sangrienta, y prácticamente la última guerra entre Estados, ocurrió entre Irak, precisamente, e Irán, en la década de 1980. En el enfrentamiento entre dos países islámicos murieron casi dos millones de personas. Los norteamericanos desconocen que los conflictos más duros ocurren dentro del mismo Islam y no del Islam hacia fuera. Que la fuerza del fundamentalismo o del fanatismo religioso se dirige contra sus propios gobiernos y no contra el mundo de los blancos. Que esos fanáticos fundamentalistas consideran a sus gobiernos grandes enemigos del Islam, traidores de su fe.

Ésas y otras complicaciones del mundo contemporáneo no son conocidas. La televisión no las enseña, sino que, al contrario, las simplifica, las reduce a unas palabras. La manipulación de las noticias en los medios impide el desarrollo de historias como ésa y nos convierte a todos en prisioneros de un lenguaje reducido, pobre y limitado. Con ese lenguaje no podremos entender, escribir y reflexionar mucho, porque esconde lo más importante del mundo contemporáneo que es su creciente complejidad.

Vivimos en un mundo en el que cada día participan más y más elementos, un mundo que crece continuamente. Cada año sumamos 80 millones de nuevos seres humanos, 55 millones de ellos nacidos en el llamado Tercer Mundo. Al mismo tiempo producimos más de todo: más coches, más aparatos de televisión, más botellas de agua, más zapatos. Y así como tenemos más millonarios, tenemos también más pobres. La característica más sobresaliente de las sociedades contemporáneas constituye el problema más grande del siglo xxi, la trágica paradoja de nuestra civilización: el crecimiento agudiza las desigualdades sociales.

No sabemos cómo romper ese vínculo, qué hacer para que el desarrollo sea más justo y dé lugar a una sociedad más humana. Sucede que la

desigualdad no es un hecho novedoso. La encontramos en todos los niveles de la organización social: existe en la familia, donde la situación del hombre suele ser mejor que la de la mujer y los niños; existe dentro de cada país, donde hay regiones ricas y regiones pobres, tanto en las naciones desarrolladas como en las subdesarrolladas; existe en los continentes, donde conviven países ricos y pobres; existe en el planeta, donde es visible la desigualdad en los hemisferios.

VER NO ES SABER

En la década de 1930 el gran teórico de la psicología del arte, el alemán Rudolf Arnheim señaló en su libro —*El cine como arte*—, de manera profética, que la gente confunde el mundo generado por las sensaciones con el mundo creado por el pensamiento, y cree que ver es lo mismo que entender. Sin embargo, no es así. Y más aún: la creciente cantidad de imágenes que nos atacan constantemente, al contrario, limita la relación con la palabra hablada y escrita y, por consiguiente, el dominio del pensamiento.

Arnheim también escribió, tiempo más tarde, que la televisión sería un examen para nuestra sabiduría: podría enriquecernos, creía, pero al mismo tiempo podría aletargarnos. Tenía razón. Con mucha frecuencia encontramos personas que confunden ver con entender. Oímos, por ejemplo, a una pareja que discute: "No, querido, no tienes razón. Lo que dices es falso". Y el otro responde: "¿Cómo que no tengo razón? ¡Si lo he visto en la televisión!" Esta identificación, por lo general inconsciente, entre ver —un acto del dominio de las sensaciones— y saber o entender —actos del dominio del pensamiento— es un elemento básico en la manipulación de la gente, que la televisión sabe aprovechar. En la dictadura funciona la censura; en la democracia resulta más adecuada la manipulación. Y el blanco de esas agresiones siempre es el mismo: el hombre de la calle.

Analicemos el problema de la pobreza, seguramente el más grande de los que se sufren en nuestro planeta, terminada la Guerra Fría, y veamos cómo lo tratan las grandes redes de televisión. La primera manipulación llevada a cabo consiste en presentar la pobreza como uno de sus síntomas: el drama del hambre. Sabemos que dos terceras partes de la humanidad vive en la miseria provocada por una división injusta del mundo entre ricos y pobres; en cam-

bio, el hambre aparece sólo de vez en cuando y en territorios aislados, porque suele ser un hecho de dimensión local que, además, con frecuencia cuenta entre sus fuentes asociadas con cataclismos naturales como la sequía o las inundaciones, o provocados por el hombre, como los enfrentamientos y las guerras.

Para combatir el hambre se envía a los territorios carenciados, de manera masiva y mediante operaciones internacionales de gran envergadura, los excedentes de alimentos de que disponen los países ricos. La televisión muestra esas operaciones de liquidación del hambre, como las que se realizaron en la década de 1990 en Sudán y Somalia, en sus coberturas espectaculares sobre el drama del hambre, pero sin decir siquiera una sola palabra sobre la necesidad de acabar la miseria global.

El segundo truco que se aplica en la manipulación del tema de la miseria consiste en presentarla en determinados contextos, como programas de carácter etnográfico o turístico que muestran rincones exóticos —para las culturas que se consideran centrales— del mundo. Así, a la miseria se le identifica con el exotismo: tiene el valor de un hecho curioso, una característica de determinados lugares, casi una atracción turística. Estas imágenes de la miseria abundan particularmente en los canales de televisión especializados en viajes, como *Discovery Channel*.

EL ESPEJO EMPAÑADO

Al mismo tiempo que el desarrollo de las comunicaciones ha conectado a todos los puntos del planeta entre sí, las noticias internacionales ocupan menos espacio en los medios. Las desplazan la información local, las notas sensacionalistas, los chismes, la información utilizable. Es decir que cuando la tecnología hace posible la construcción de una aldea global, los medios reflejan el mundo de manera superficial y fragmentaria, centrados apenas en las visitas de los presidentes y los atentados terroristas. Nos toca vivir en tiempos paradójicos.

Pero quizá por eso mismo es necesario ser objetivos y justos, y poner en perspectiva esta revolución de los medios que, además, se encuentra en pleno desarrollo. Se trata de un fenómeno nuevo, demasiado nuevo para que la civilización humana haya podido generar los anticuerpos que combatan sus patologías como la manipulación, la corrupción, la arrogancia.

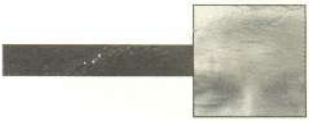
La literatura que estudia la comunicación es muy crítica; tarde o temprano influirá, al menos de manera parcial, en el desarrollo de los medios. Por otra parte, tenemos que reconocer que mucha gente se sienta frente al televisor porque espera ver exactamente lo que se le ofrece: gente satisfecha de sí —como describió el gran filósofo español José Ortega y Gasset, en su libro *La rebelión de las masas*— y en particular de sus gustos y preferencias.

En este punto, creo, nos conviene ser liberales. No soy entusiasta del entretenimiento que remplaza la información, pero reconozco que tiene también derecho a existir porque mucha gente busca en los medios un momento de diversión y no de ciencia seria. A veces los periodistas exigimos a la televisión cosas que la gente común le pide: esperamos que la televisión nos enseñe, que nos muestre el mundo. Pero a otras personas la televisión les sirve para ir a un bar cerca de su casa y tomar cerveza con los amigos mientras ven el partido de futbol.

Una gran parte de la humanidad no tiene ambiciones intelectuales, sino que aspira a pasar su vida más o menos de buen modo. Esa gente desea divertirse, y esto no se les puede negar. Por otra parte, no debemos omitir que junto a las malas conviven muy buenas estaciones de televisión, que no buscamos por cierta flojera de nuestra parte. Porque también es cierto que a veces acusamos a los medios para justificar el letargo en que se encuentran sumidas nuestras propias conciencias, nuestra falta de sensibilidad e imaginación, nuestra pasividad.

Pero sobre todo es importante rescatar que, por ser el mundo de los medios muy complejo y diverso, una red con muchos niveles, junto a la basura y la falsedad conviven estupendos programas de televisión, excelentes emisoras de radio y espléndidos diarios. Los medios tienen también aspectos positivos, porque en sus redacciones y estudios trabajan personas meritorias, sensibles y de gran talento; gente convencida de que el prójimo es muy valioso y el planeta en que vivimos es un lugar apasionante que merece ser conocido, comprendido y salvado. Esa gente suele hacer su trabajo con abnegación y entrega, con entusiasmo y espíritu de sacrificio, renunciando a las comodidades, al bienestar e incluso a la seguridad personal. Su único objetivo es dar testimonio de aquello que nos rodea y mostrar la cantidad de peligros y esperanzas que encierra nuestra experiencia.

LOS BUENOS MEDIOS NO HAN MUERTO



Felizmente en la diversidad y la paradoja de nuestro planeta y nuestro tiempo hay espacio para muy buenos periódicos, emisoras de radio y programas de televisión. El periodista consciente de su labor enfrenta una competencia dramáticamente más grande que antes, es cierto; pero creo —y defiendo con energía este punto de vista— que un hombre ambicioso y esforzado, capaz de tratar a los otros como sus amigos y no como sus enemigos, puede desarrollarse y conocer el éxito.

En cada país importante encontramos periódicos de altísimo nivel profesional: *Le Monde* en Francia, *La Repubblica* en Italia, *El País* en España, *The Independent* en el Reino Unido o *Frankfurter Allgemeine Zeitung* en Alemania, por enumerar apenas un puñado. Ni un solo periódico de buena calidad ha cerrado hasta el momento, a pesar del panorama que ofrecen los medios masivos. Eso tiene una explicación sencilla: sus lectores son fieles, y hasta crecen en número. Es decir que en las sociedades contemporáneas existe un grupo de gente que se interesa por este mundo, que quiere saber y entender algo de sus historias, y eso basta para mantener el optimismo.

Lo mismo se aplica a las emisoras de radio y a los programas de televisión de gran calidad profesional. Hay excelentes medios de comunicación esperando que superemos nuestra flojera, el movimiento automático de encender el televisor y ver lo que se nos ofrece, y que pongamos en práctica la voluntad inteligente de buscarlos. Los medios requieren una actitud activa de nosotros, una actitud de interés que nos permita coproducir esa comunicación.